INTERNET

SUPLEMENTO DE INTERNET DE PAGINA/12

Buenos Aires, Martes 31 de Octubre de 2000 - Año 1 Nº 21

www.supleinternet.com

COMPOSICION: JULIO BEKERMAN



EL PERSONAJE:
Elisa Carrió
Pág. 3

SUMARIO



Avisos en la red

Los especialistas definen a Internet como el medio ideal para campañas publicitarias ya que permite la segmentación puntual de la audiencia y los resultados diarios de la repercusión.

>>> astronomía

Houston, tenemos un site

La astronomía y las actividades espaciales son parte de la red de redes. Información de los observatorios, investigaciones, asteroides, la nave Mir y alertas espaciales son parte de los sitios.



Mucho se ha hablado del cosmos, los planetas, la luna y la vida en Marte. Y en el ciberespacio no podían faltar las páginas sobre astronomía y actividades espaciales, donde los usuarios pueden encontrar información técnica como imágenes y calendarios cósmicos.

La página del Instituto de Astronomía y Física del Espacio (**www.iafe.com.ar**) difunde toda la información de los propósitos de la institución. Entre ellos se encuentra el de "constituir un grupo multidisciplinario de investigadores altamente calificados (astrónomos, físicos e ingenieros), cuyo trabajo está centrado en problemas astrofísicos no cubiertos por otras instituciones nacionales para: desarrollar investigaciones científicas en el campo de la astronomía y la física del espacio; divulgar información acerca de los temas investigados, y contribuir a la formación de profesionales en estos campos". En el site se puede acceder a datos sobre los grupos de investigación, los coloquios realizados, las listas de discusión y ofertas a estudiantes.

Por su parte, al Asociación Argentina "Amigos de la Astronomía" de Parque Centenario (**www.asaramas.com.ar**) tiene por objetivo la difusión de la ciencia de la astronomía. Está orientada tanto a los que desarrollan tareas de investigación, como a quienes desean realizar observaciones por contemplación o curiosidad. Desde la página se puede acceder a información del observatorio (equipado con telescopios de distinta potencia), la biblioteca, los grupos de investigación, las últimas novedades astronómicas y links a otros sitios de interés. Además es posible asociarse on line para acceder a talleres de óptica para confeccionar un telescopio, uso de los telescopios y disponer de las instalaciones y el instrumental que posee la asociación. Asimismo el Club de Astronomía del ingeniero Felix Aguilar (**www.caifa.com.ar**) está integrado por aficionados a la astronomía. El observatorio se encuentra en Martínez, provincia de Buenos Aires, donde se realizan observaciones planetarias (a través del telescopio "Gran Sasso" construido por los socios), galácticas, extragalácticas y debates entre los miembros. También cuenta con una biblioteca y computadoras para los socios. Para los que buscan las últimas novedades del tema, **www.espacial.com.ar** pone on line todas las novedades, tanto nacionales como internacionales, de la actividad espacial. Los usuarios pueden encontrar datos e imágenes de la ISS (Estación Espacial Internacional), la nave MIR, informes especiales, asteroides, cometas, Marte, Saturno, el cosmos y las alertas espaciales.

sitiospuntocom



NASA

www.nasa.gov

El site de la entidad estadounidense ofrece toda la información de sus actividades. Aunque sólo está disponible en inglés es una referencia indispensable para todos los usua-rios que deseen mantenerse actualizados de la actividad espacial norteamericana



Datos planetarios

www.planetscape.com

Con opción de varios idiomas, la página ofrece consulta sobre datos planetarios, los planetas, asteroides, cometas, meteoritos, información sobre el Sol y los satélites. La sección "Gente" brinda breves biografías sobre astrónomos y físicos dedicados a estudios del espacio.

>>> ficha técnica

AlternativaGratis



Nombre legal de la empresa: AlternativaGratis.com

Composición del staff principal: Maximiliano Fernández, director ejecutivo, Horacio Stolovitzky, director ejecutivo de la unidad de Internet, Hernán Kleinman, gerente de marketing y alianzas estratégicas.

Cantidad de empleados: 30 personas.

Actividades e inicio de las mismas: AlternativaGratis.com comenzó a brindar su servicio el 3 de febrero de 2000, para usuarios residenciales de la Capital Federal y el Gran Buenos Aires. El 27 de febrero comenzó a ofrecer el servicio en Rosario. Luego el 2 marzo se sumó Córdoba.

Proveedores de acceso: Impsat, PSInet y Geored.

Facturación mensual/anual: no se informa públicamente.

Principales competidores: Gratis1, Uyuyuy, Tutopía y Fullzero.

Alianzas estratégicas: Livra, Todogol.com, Mapcity, Bumeran, Infoclima, Lycos, Argentina.com, Latingame, Buenasalud.com y Lineinvest.com.

Proyectos de expansión: El proyecto de AlternativaGratis.com para el próximo año es ampliar el alcance de su servicio a escala nacional e implementar servicios de valor agregado para nuestros usuarios.

Cuál es la imagen empresaria: Gran parte de la filosofía está en tratar de masificar el acceso a la Red, permitir el acceso de la mayor cantidad de gente posible. Además se busca acercarle al usuario un servicio con valor agregado, con todas las herramientas necesarias para acceder a una Internet más útil.

Tácticas publicitarias: Además de las tácticas publicitarias convencionales, se aplican acciones alternativas y diferenciales que permitan tener otra llegada al público, y diferenciarse de la competencia.

Costo del banner principal: El costo del auspicio de una de las secciones ronda los 6 mil pesos por mes.

Presupuesto de marketing anual: no se informa públicamente.



Modisto virtual

Comprar ropa a través de la red no es tarea fácil. No sólo porque no se pueden tocar las prendas, sino que además no hay probadores. Y como en momentos de crisis virtuales, las mentes se agilizan, una empresa en EE.UU. presentó la solución: un modisto virtual.

Lands'End (**www.landsend.com**) hace giras por las ciudades norteamericanas, armada con vestidores ambulantes de alta tecnología. Cuando una persona se sube al vestidor (provista de una tarjeta electrónica y de ropa interior que ofrece la compañía) debe entrar a un cuarto oscuro donde el "sastre virtual" le indica que posiciones adoptar. Luego una luz intermitente escanea el cuerpo durante alrededor de 15 segundos. Terminado el proceso de medición, la computadora hace algunas preguntas sobre el tono de la piel y el estilo del cabello, para completar más detalles del cuerpo virtual de la persona. Al día siguiente, quien haya decidido someterse a los rigores de Lands' End podrá encontrar su imagen computarizada en el site de la compañía, y tendrá la posibilidad de rotarla hasta 360 grados. Y con este modelo virtual, el usuario podrá probarse ropa en los comercios electrónicos de la firma.

sitiospuntocom



Ropa interior

www.victoriassecret.com

La página de ropa interior femenina es una de las que utilizaría la tecnología del modisto virtual para sus clientes.



Textil argentina

www.complot.com.ar

El site argetino de la empresa textil ofrece toda la información sobre colecciones y comercios.

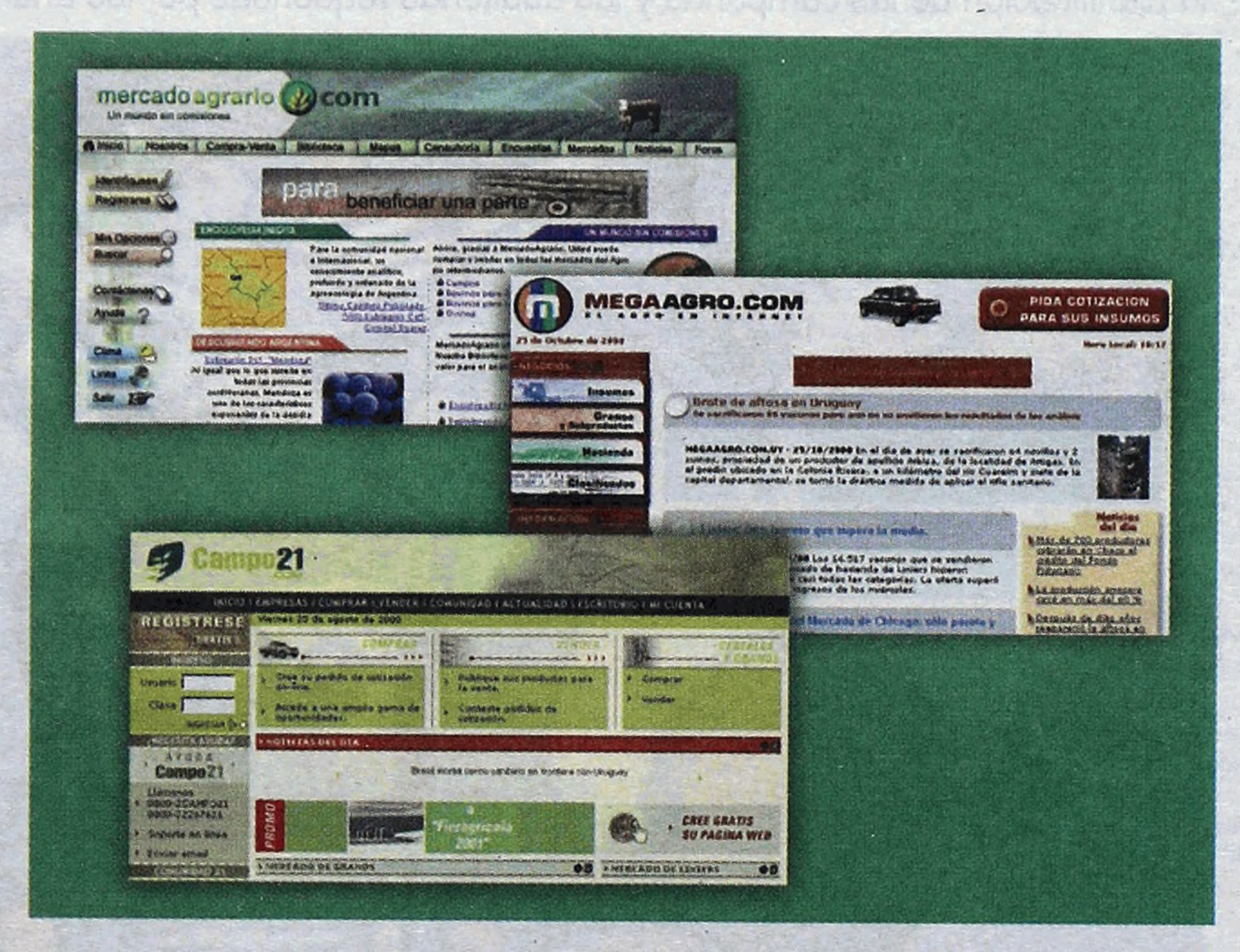
>>> empresas

Toda la información agropecuaria

Productores, inversores y profesionales confluyen en varios sitios dedicados al sector agro-ganadero para mejorar los costos de los bienes y servicios. Además aportan información indispensable para el desarrollo y optimización de las cadenas comerciales.

Históricamente, uno de los motores de la economía argentina fue el sector agropecuario. A pesar de las continuas crisis que afectan a mercado agro-ganadero, la llegada de Internet aporta la posibilidad de acceso a información desde los lugares más remotos. Inversores, productores y profesionales pueden, a través de diversos sitios, encontrar prestaciones y servicios que apuntan a mejorar la eficiencia de las transacciones.

El site **www.mercadoagrario.com** tiene cuatro objetivos: mercado abierto sin intermediación, gastos ni comisiones; información del territorio argentino; información sobre temas críticos y servicios de consultoría sin costo. "Nosotros nos orientamos no sólo es el productor agropecuario sino también al inversor, la agroindustria, los distintos niveles de educación relacionados con la geografía, la ecología, la agroecología, la agronomía, la veterinaria y ciencias afines. Pero particularmente, resulta también de fundamental apoyo a las instituciones financieras que encuentran en la página una fuente de consulta ordenada y confiable que sirva de soporte en su evaluación de los riesgos de sus operaciones financieras relacionadas al mundo agropecuario", declara Javier Gagliardo. A menos de cuatro meses de su lanzamiento, registran ocho mil suscriptores y un promedio general de visitas de 30 mil páginas diarias (el 80 por ciento de los usuarios ingresa al site más de cinco veces diarias).



Por otra parte, **www.campo21.com** se define como una herramienta para los participantes del mercado agrario. "Ellos pueden efectuar transacciones de insumos y otros bienes necesarios para la producción agropecuaria o comercializar sus producciones (granos y carnes). Asimismo Campo21.com es un proveedor de tecnología y de soluciones tecnológicas para las empresas del sector agropecuario y alimenticio", define Alejandro Golfari del site. Está dirigido a proveedores de insumos (semilleros, fabricantes de agroquímicos y fertilizantes), productores agropecuarios (agricultores, ganaderos y tamberos), distribuidores, empresas alimenticias, acopiadores y exportadores.

Asimismo, **www.megraagro.com** cuenta con dos áreas: negocios e información. La primera incluye venta de granos directo a exportadoras, venta de hacienda directo a frigoríficos y compra de insumos; la segunda ofrece datos actualizados de sector (mercados de granos y carnes nacionales e internacionales y todo lo referido al clima).

Todos coinciden en que estas herramientas son muy importantes para enfrentar la crisis que afecta al sector, ya que, ante todo, apuntan al mejoramiento de costos, aportan información indispensable para el desarrollo y optimización de las cadenas comerciales.

María Eugenia Spera

>>> personajes // elisa carrió

Chaqueña y diputada nacional. "Lili" es una de las mujeres con más fuerte personalidad dentro de la política argentina. Asegura que la eminencia informática argentina es el ex presidente Carlos Menem y asocia a los ciberpolíticos con Adolfo Terragno y Gustavo Beliz. Y también pide disculpas porque no sabe usar ni una máquina de escribir, por lo que no es ella quien contesta sus e-mail.

-¿Mundo virtual?
Yo quiero el mundo espiritual.
-¿Hackers?
Asesinos de la información.
-¿Mirar el mundo a través del monitor?
Una estupidez.
-¿Indice de Nasdaq?
Eso es chino.
-¿Ciberpoliticos?
Unos tontos. Con esa palabra me acuerdo de Terragno y de Beliz.
-¿Chatear?
Si se enamoran, me parecen bárbaro.
-¿Inversiones multimillonarias por un portal?
No sé, yo soy del Chaco.
-¿Elecciones por la web?
Esas son cosas para los ricos.
-¿Ciberamor?
Es un poco erótico, pero si es lo único que quieren, está bien.
-¿Bill Gates?
Un emprendedor.
-¿La eminencia informática argentina?
Carlos Menem.
-ElisaCarrió.com?
Tengo algo parecido pero nunca la manejé. No se usar ni una máquina de escribir Olivetti, nací muy inútil para eso. Pero la gente sospecha que yo contesto todo, por eso pido disculpas desde acá.


FOTO ADRIAN PEREZ



Producido por EGB S.A. y PROPUL COMUNICACIONES S.R.L.
Maipú 853 Piso 3 Cap.Fed.
Lectores: Fax 4311-2233
lectores@supleinternet.com

Las reglas publicitarias de la red

Internet como medio publicitario. Los especialistas aseguran que es el medio ideal porque ofrece segmentación y medición de los resultados de manera diaria. Los diferentes avisos, la planificación de las campañas y las auditorías requeridas por los anunciantes para pautar en un site.

Internet como medio de comunicación también vive de la publicidad. Gran parte de los sitios dependen de que algunos anunciantes los elijan como medio ideal para un determinado producto. Y esto pasó a ser esencial para la supervivencia de páginas que, acabadas las gloriosas inyecciones de inversión, dependen de la palabra tan ansiada: publicidad.



ILUSTRACION: WWW.IMAGEBANK.COM.AR

Medio publicitario

Definido como un nuevo medio de comunicación, Internet cuenta con las cualidades de la televisión: imagen, sonido y movimiento. "Internet como medio publicitario crece como todo en la Argentina. Cada nueva tecnología que aparece se adapta con rapidez. Así sucedió con el cable y los celulares. Posiblemente esto tenga que ver con la crisis: en otros mercados más desarrollados donde quizás hay menos necesidades, la adopción de nuevas tecnologías no es tan importante porque las cosas van bien. Como acá las cosas no van bien, y todos están buscando permanentemente la mejor manera de optimizar su negocio, cualquier nueva posibilidad es bienvenida y bien tomada. En este caso lo que tiene la web es que si bien es un nuevo sistema de comunicación, también viene a traer eficiencias. Entonces obviamente tiene buena repercusión.", define Miguel Angel Reca, gerente general de Advertium.com y ex directivo de la agencia publicitaria Lautrec y Canal 9.

Cualidades de comunicación

	Imagen	Sonido	Mov.	Det.
Cine	5	5	5	-
Diarios	3	-	-	4
Internet	4	2	2	5
Radio	-	4	-	-
Revistas	4	-	-	4
Televisión	4	4	4	-
Vía Pública	4	-	-	-

Duración

A mayor énfasis en la marca mayor duración de la campaña

Automotores	8 semanas
Viajes y finanzas	6 semanas
Electrónica	4 semanas

Media Metrix Agosto 2000

Alcance

Cine	6%
Diarios	30%
Internet	4% (*)
Radio	65%
Revistas	63%
Televisión	81%
Vía Pública	75%

(*) Es el 32% en Campos que concentran el 77% de la Producción.

Inversión Publicitaria

	Total	Internet	
Argentina	$ 3.500	$ 14	0.5%
USA	$ 250.000	$ 14.000	6.0%

Tipo de Publicidad

Banner

Interstitial

Sponsorship

Rich media

Origen Inversión Publicitaria en Internet

Anunciantes Punto Com	77%	70%
Anunciantes tradicionales	23%	30%

Para la planificación de campañas publicitarias, en general se utilizan cuatro variables a tener en cuenta de los medios: **alcance, frecuencia, duración y mensaje.**

Se define como alcance al porcentaje de personas expuestas a un tipo de medio. En este sentido, la word wide web es comparada con el cine: el índice de la pantalla grande es del 6 por ciento, mientras que el de la red es del 4 (ver cuadros).

La frecuencia es la cantidad de veces que es posible alcanzar a una persona en un lapso de tiempo (cuantas horas diarias pasa expuesta a un medio). Internet se encuentra en un nivel medio, junto a las revistas. (televisión, radio, diarios, vía pública: alta; cine: baja).

La duración es el tiempo del cada aviso y el mensaje es el contenido de cada uno. Estos ítems no son comparados con otros medios, ya que responden a las características propias de cada uno.

Publicidad en cifras

La inversión publicitaria en la Argentina, comparada con EE.UU., es cuantitativamente menor. Mientras en el país el total de campañas suma 3500 millones de pesos, solo 14 millones (0,5 por ciento) son derivados hacia las punto com. En tanto, Estados Unidos invierte 250 mil millones en total, pero 14 millones (6 por ciento) se cursan hacia Internet.

El origen de esta inversión en ambos países proviene de las propias compañías virtuales. En Argentina el 70 por ciento de los anunciantes son empresas punto com, en tanto que el 30 restante son las tradicionales.

Tipos de avisos

Principalmente se consideran cuatro tipos de anuncios publicitarios: banner, intersitial, sponsorship y rich media.

Banner (estandarte) es un aviso chico que ocupa una parte de la página. Esta es la forma más común de hacer publicidad en una punto com, y además se utilizan no sólo para avisos publicitarios, sino para ofrecer acceso a otros sitios asociados al principal.

Los intersitial son aquellos que aparecen como una ventana invasora, y esta aparición puede ser temporal, permanente o solo cuando se cierra el navegar.

Tarifario promedio de costos

NOMBRE PORTAL / BUSCADOR	Costo x CPM	Visitas por mes	Total Impresiones por mes
El Sitio	35	549,000	17,000,000
UOL	30	960,000	29,000,000
Terra	35	2,586,000	9,130,000
Starmedia	65	1,000,000	34,000,000
Ciudad Internet	35	700,000	21,000,000
Clarín Digital	35	830,000	25,000,000
La Nacion on line	35	170,000	5,000,000
Patagon	50	100,000	3,000,000
Alto Invest	50	10,000	300,000
Portfolio	50	8,300	250,000
Mercado	1500	14,300	430,000
DineroNet	3000	13,000	400,000
LatinStocks	50	16,700	500,000
Dicidir	30	10,000	300,000
Invertia	3000	10,000	300,000
Zona Financiera	45	11,000	330,000

El sponsorship es un banner colocado en alguna sección en forma permanente y exclusiva. En general, la marca que publicita se asocia con la sección del site. Es la segunda forma más utilizada de anunciar.

Los rich media tienen funciones específicas. En general se ofrecen servicios (por ejemplo, test) sin linkear al usuario a otra página.

Comercialización

Las medida más utilizada para vender avisos se denomina CPM (Costo Por Mil): esto es por la cantidad de visitas que tenga el site donde se anuncia. También se utiliza las contrataciones fijas, que son por un período de tiempo determinado (ver cuadros). Además los clicksthroughs se cotizan por la cantidad de clickeos que tenga el banner desde el site.

Para la elección de sitios se siguen algunos criterios: calidad del site, estadísticas (tráfico, visitas, usuarios únicos), cantidad de usuarios registrados, audiencia inferida o comprobada (target), posibilidad de avisos rich media, publicidad a los registrados (newsletters).

Auditorías

Uno de los elementos más solicitados por lo anunciantes es la auditoría del sitio, para comprobar de manera efectiva la audiencia. Para esto se utilizan algunos elementos como: page view (archivo de un dominio), visita (secuencia de consulta realizadas por un usuario) y log file (archivo que registra al actividad del sitio) (ver cuadros).

Según el Instituto Verificador de Circulación (IVC) esencialmente se analiza el archivo log para recabar la información básica. En este, por cada visita, se registra la identificación del usuario, fecha y hora, el archivo solicitado, código que identifica el éxito de la navegación y la cantidad de bytes transmitidos.Para realizar la auditoría se depura esta información, dando de baja los registros originados por las máquinas automáticas de búsquedas (robots y spiders), los propios del editor, los originados por archivos de imagen y sonido, las transmisiones erróneas y las visitas incorrectamente identificadas.

Una vez realizado este proceso, se calcula que solo el 15 por ciento de la información del archivo log es válida para realizar censos del site.

Presente y futuro

Una de las ventajas que ofrece la web al sector publicitario es la segmentación del público. "Internet no compite - afirma Reca-, sino que es un complemento más a las acciones de comunicación, es una nueva forma alternativa porque tiene muchas más posibilidades de segmentación. En radio o televisión, tomando cuatro o cinco medios, se llega a gran parte del país. Pero posiblemente muy poca audiencia sea clave para ese producto. No hay posibilidad de segmentarla. A lo sumo sabiendo que algunos programas son los que mejor llegan a determinado público. En la web casi diría se puede conocer el nombre y apellido de la persona que va a consumir un mensaje, y se puede evaluar on line cual es la repercusión de la campaña, cosa que no se puede hacer con los medios tradicionales: después de 15 días de televisión se terminó todo el presupuesto y te diste cuenta que la campaña no sirvió porque el comercial no se entendió. En la web se puede evaluar día a día la repercusión. Tiene las ventajas del marketing directo aplicado a una tecnología mucho amplia. Pero por supuesto que no es la panacea ni lo único: tiene aplicaciones muy específicas".

¿Cómo se calcula el costo de la publicidad?

La unidad de costo en Internet es el CPM.

Es la medida de Costo Por Mil impresiones, referido a anuncios publicitarios entregados por una determinada página web.

Planificación por site (criterios de elección)

- Calidad del site (contenido, diseño, performance, etc)
- Estadísticas (Trafico, visitas, usuarios unicos, etc)
- Cantidad de usuarios registrados
- Audiencia inferida o comprbada (target)
- Permite o soporta rich media (flash banners, interstitials)
- Ofrece demotargeting
- Ofrece Publicidad a su lista de registrados (Newsletters, opt-in, permition mkt)
- Keywords
- Permite tags en su site
- Ofrece cobrandeo de canales o seccioes / Sponsorships

Sin embargo la recesión económica y la crisis de las punto com son avisos de alerta para la mayoría de los anunciantes. "La crisis ha operado en un doble sentido: por un lado muchas compañías no han recibido los fondos esperados y los renglones de su presupuesto dedicados a la publicidad se encuentran pospuestos o muy reducidos, por lo que esto afecta negativamente. Pero, por otro, estas mismas compañías tienen más claro que captar clientes offline (con publicidad callejera, revistas, diarios y tele) es mucho mas costoso y menos efectivo que hacerlo online, por lo que es muy probable que de los presupuestos totales el porcentaje dedicado a la publicidad en Internet sea cada vez mayor.", afirma Gustavo Hernandez Baratta de Bannerlandia.com.

Para Reca la crisis publicitaria es cíclica: "De repente viene el bajón, se caen los presupuestos publicitarios, pareciera que nos hundimos en el peor de los fangos, y un día sale un nota en un diario hablando de una recuperación económica, y al otro día empieza la euforia, y en tres meses se baten récords de facturación. Sin embargo, lo que está pasando ahora me parece que es la situación históricamente más grave de la industria de la publicidad. Pero no creo que sea eterno, porque la necesidad de comunicación de los clientes sigue estando, y en realidad lo que está pasando obedece a una psicología recesiva, porque el que tiene la plata para invertir dice: "por las dudas me la guardo". A su vez, es una caída brutal, porque esta época del año es la de mayor facturación anual, y al no haber inversión, la fuerte crisis de los medios se va a desatar en el verano, cuando no esté la plata que se esperaba tener para esa época", anuncia.

María Eugenia Spera

Fuentes: Marketing Plus, IVC,Collective Mind y Mindshare

Conceptos Básicos Sobre La Auditoría

- ✓ **Página (Page View)**: archivo de una dirección que puede contener texto, imágenes u otros elementos.
- ✓ **Visita**: secuencia de consultas de realizada por un usuario. Identificado por una dirección de IP.
- ✓ **Editor**: persona o entidad responsable de la edición de un medio.
- ✓ **Archivo de actividad**: (LOG file) fichero que registra en un servidor toda la actividad del sitio.
- ✓ **Usuario**: visitante de un sitio.
- ✓ **Certificado de verificación**: documento que emite el IVC para los sitios, una vez que el auditor ha procesado y verificado el archivo de actividad (LOG).

INSTITUTO VERIFICADOR DE CIRCULACIONES
División Auditoría Sitios en Internet

Sistemas De Medición Muestreo

- **Utilizado para la determinación de audiencia en TV, radio, etc. Se realiza analizando la actividad de un conjunto limitado de personas cubriendo estadísticamente el espectro socioeconómico.**
- **Este método no es utilizable con validez en Internet, ya que los usuarios están distribuidos ampliamente en todo el planeta.**
- **Los Sites visitados no están directamente relacionados al nivel socioeconómico del visitante.**
- **Es importante dentro de la visita a un Site determinar el tiempo de permanencia y la identidad y cantidad de páginas solicitadas.**

INSTITUTO VERIFICADOR DE CIRCULACIONES
División Auditoría Sitios en Internet

Análisis De Un Archivo .Log

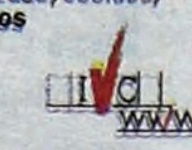
- **Veamos cual es la información básica que da un record del archivo de actividad del sitio (click)**

Identificación del Usuario
Fecha y hora de La transacción

200.0.209.130 - - [01/Jul/1998:16:04:59 +0300] "GET /assets/images/textoemail.gif HTTP/1.1" 200 1368

Archivo solicitado
Código que identifica el estado de la transacción
Cantidad de bytes transmitidos

En realidad hay mucha más información en cada record (Browser utilizado, cookies, referers, tiempo empleado, etc.), pero solo mostramos los datos básicos



INSTITUTO VERIFICADOR DE CIRCULACIONES
División Auditoría Sitios en Internet

Actividad Ajustada Por La Auditoría

- **Actividad de máquinas automáticas de búsqueda (robots y Spiders).**
- **Actividad de máquinas propias del editor del Site.**
- **Actividad originada por archivos de imagen, sonido, y otros que conforman una misma página**
- **Errores de transmisión de datos.**
- **Visitas incorrectamente identificadas**



INSTITUTO VERIFICADOR DE CIRCULACIONES
División Auditoría Sitios en Internet

Datos Auditados Vs Datos No Auditados

Auditados	No auditados
Cumplen con un estándar	Cada cual mide como le parece
Certeza del dato	Juez y parte a la vez
Interpretación uniforme	Cifras no comparables
Resultado=Confianza	Resultado=Incertidumbre



INSTITUTO VERIFICADOR DE CIRCULACIONES
División Auditoría Sitios en Internet

Tests médicos: información sensible

Algunos sitios ofrecen a los usuarios "calculadoras" que pueden violar la ética médica y preocupar seriamente a los usuarios.

La salud es un tema constante en la vida del hombre. Según una encuesta, los dos principales deseos del estadounidense promedio son estar felizmente casado y gozar de buena salud. También en ese país, cerca del 60 por ciento de los navegantes entran a sitios relacionados con la medicina.
Esta suma de factores dio como resultado una amplia expansión de las punto com dedicadas a este sector. Pero el crecimiento fue en varios rumbos diferentes. Los sites sobre medicina tienen una gran diferencia con el resto del ciberespacio: trabajan con información sensible. Por lo tanto, deben manejarse con el mayor de los respetos hacia la ética médica.
En muchos sitios aparecen tests (o "calculadoras") referidos a diversos temas: HIV, alergias, asma y riesgo cardíaco, entre otros. Cuando el usuario ingresa a estas "calculadoras", contesta preguntas que una computadora va procesando, hasta llegar a un resultado.
En **www.salutia.com** abundan este tipo de tests. "Los consultorios virtuales no son muy éticos. Las páginas dedicadas a la salud no deben reemplazar al médico, deben aportarle información al paciente", dice Carlos Becker, médico que colaboró en la traducción del HON code, el código de ética para las páginas web.



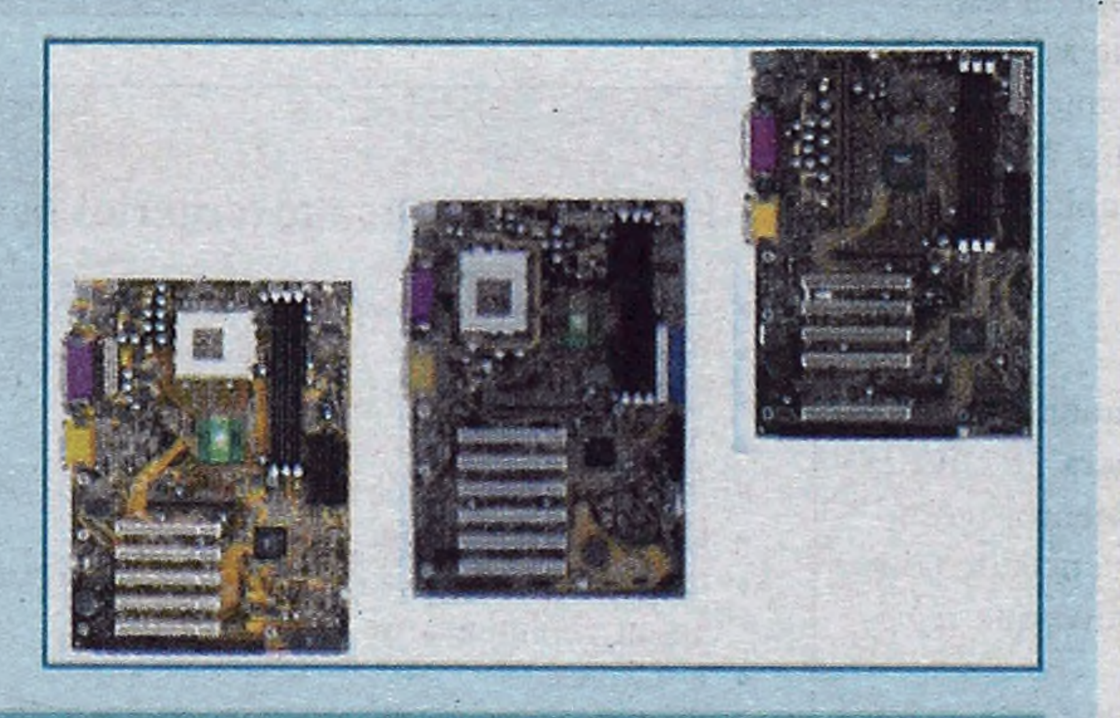
Los sitios de salud se defienden. "Damos respuestas orientativas. Esto no reemplaza la relación médico-paciente. No se puede diagnosticar, no es ético.", explica Marcela Perelman, gerente de producto de Salutia.com. Sin embargo, una delgada línea roja separa la información del diagnóstico, dado que los tests arrojan resultados distintos según cada usuario. En el site reconocen que la problemática existe. "Es una herramienta controvertida. El lado positivo es que la gente agradece la información. La controversia viene con el método. Hay profesionales que no están de acuerdo, y nos piden la fuente de la información que publicamos.", admiten desde el site.
Las críticas también se sienten desde la competencia. Manuel Gordillo, director general de **www.midoctoronline.com**, cree que "siempre hay que tener identificado al médico que contesta cualquier duda o consejo de medicina al paciente, como ocurre en nuestros portales".
Si bien Midoctoronline.com no tiene tests, tiene secciones que pueden resultar incluso más discutidas que las de Salutia.com. El portal tiene un sistema de consulta on line que le permite al usuario chatear directamente con un médico. "Nosotros no tenemos ese tipo de servicio porque en el contacto uno a uno se hace más difícil discernir entre información y diagnóstico", replican desde Salutia.
En Salutia creen que lo que quiere es usuario es información personalizada al instante. Este deseo -en el tema salud- puede chocar con la ética que un buen médico debe conservar, ya que "información personalizada" suena muy parecido a diagnóstico.
Si bien estos servicios son legales, para muchos médicos su ética es cuestionable. Desde los portales de salud, el análisis es que el sector va a seguir creciendo en este mismo sentido. "Veremos operaciones realizadas de forma que el médico y el paciente se encuentren en lugares distintos.", cuenta Gordillo. "La evolución lógica es que las nuevas plataformas y tests sean más sofisticados y les permitan a los pacientes llevar estadísticas on line de sus tratamientos", explica Carmen Güiraldes, productora ejecutiva de contenidos de salutia.com.

Juan Pablo Urfeig

>>> **hardware** por Luis Chen

Motherboards

El Motherboard o placa madre es la placa principal de cualquier computadora, aquella sobre la cual descansan el CPU (Pentium III, Celeron, AMD K6, etc), la memoria de la máquina (los "megas"), las tarjetas de sonido, video, el modem. También a ella se conectan la fuente del gabinete como los discos rígidos y CD-Rom. Existen en el mercado diferentes tipos de CPU, y por lo tanto, distintos tipos de mother. Actualmente hay 2 marcas predominantes: Intel, con su línea Celeron, Pentium II y Pentium III, con los 3 tipos diferentes de inserción de CPU (Slot 1, Socket 370 y FC-PGA); y AMD, con su línea AMD K6, K6-2, Duron y Athlon Thunderbird (con Slot 2, el Socket A y el Socket 7). Por ellol conviene fijarse cuál comprar de acuerdo al CPU.



Para AMD K6, K6-2, K6-2, y Pentium MMX - $ 99

En esta categoría, nos encontramos con un Mother que sobresale sobre el resto. Es el Soyo 5EHM, de formato AT, con un Slot Socket 7, con soporte para Pentium MMX hasta 233 mhz, para el AMD K6, K6-2, K6-3 hasta 500 mhz. Esta controlado por el chipset ETEQ 82C6638AT/6629, con 1 Mega de memoria buffers, 1 Slot Agp, 3 PCI y 3 ISA. Tiene soporte UATA/33 para los discos rígidos y viene con 2 puertos USB opcionales.

Para Amd K7 Athlon, Thunderbird, Duron: Asus A7V - $235

Este excelente mother de formato ATX de uno de los mejores fabricantes de placas madres del mundo. Viene equipado con un chipset VIA Apollo KT133, con soporte para un máximo de 1.5 GB de memoria PC-133 mhz; soporte de Thunderbird y Duron de 550 mhz hasta 1 ghz; viene con un slot AGP, 4 PCI y 1 PCI/AMR compartido. El slot AMR es exclusivo de estos nuevos mothers para soportar tarjetas como modems y tarjetas de red. Pueden ser utilizados hasta 7 puertos USB, posee un controlador de discos rígidos UATA/100 de Promise Technologies, y viene con audio integrado. Su estabilidad es su fuerte, y es considerado en el mundo como uno de los mejores motherboards existentes.

Para Celeron, Pentium III FC-PGA: Soyo 7VCA $159

Este muy buen mother de Soyo, en formato ATX, con un chipset VIA 694x, con soporte para CPU de 66, 100 o 133 de FSB; un máximo de 1.5 gb de memoria Dimm, con UATA/66 incorporado, 1 agp 4X, 5 pci y 1 isa/amr; ofrece una excelente combinación de performance y precio. Posee funciones de monitoreo de la temperatura del mother y CPU.

Asus CUV4X WOA $170

Nuevamente, Asus ofrece en este mother una excelente opción. Con un formato ATX, este mother también esta provisto por el chipset VIA 694x, soporta procesadores Celeron, Pentium II/III de hasta mas de 800 mhz. Soporta memorias Dimm de 100 y 133 mhz con un máximo de 1.5 GB, tiene un AGP Pro/4x incorporado, Ultra DMA/66, 5 slots PCI y un slot ISA/AMR opcional. Posee funciones de monitoreo de la temperatura del mother y CPU.

Asus CUSL2 $245

El último mother de formato ATX de la empresa Asus, provisto con el ultimo chipset de Intel, el i815E. Este impresionante chipset viene a reemplazar al venerable 440BX, que ha sido utilizado por todas las grandes casas de fabricantes de motherboards por su excelente performance. El CUSL2, posee un slot FC-PGA, con soporte para Celeron, Pentium III hasta 1 ghz; un máximo de 512 MB de memoria, soporte Ultra DMA/100, Agp Pro/4x, un máximo de hasta 7 puertos USB, audio incorporado, video incorporado (Intel i752), pero si ud. desea puede reemplazarlo por su tarjeta de gráficos. Su performance es excelente, aunque su precio un poco elevado.

Correo de Lectores

De mi mayor consideración:
Me dirijo a ustedes porque me gustaría recibir vía -email el suplemento y todo el diario Página/12, pero mis conocimientos en lo que respecta a Internet son aún muy pocos. Desearía saber como podría hacer para recibir el diario o los suplementos que me interesan en mi casilla de correo electrónico porque sé que en otras páginas se puede hacer, sin tener que ingresar en la página. Desde ya les agradezco mucho la posibilidad de comunicarme con ustedes por este medio. Saludo muy atentamente.

Mariana Dos Santos

N.D: Próximamente en la página del suplemento se ofrecerá el servicio de información por e-mail.

De mi consideración: Es muy buena la separata de Internet, por lo que me animo a solicitarles información sobre alguna empresa de servicios para colocar una página en el portal de oferta de libros (novelas, en este caso referenciada con la historia Argentina). Con ese dato, puedo averiguar costos de diseño y publicación con o sin propaganda. Desde ya agradecido por su oferta de información y desarrollo de Internet. A su disposición.

Patricio O'Shea

lectores@supleinternet.com

Fe de erratas:

Por error en el número anterior se publicó la página de Tutelandia como: www.tutelandia.com.ar y en realidad es: www.tutelandia.com

Cuerpos y curvas on line

Muchas páginas ofrecen biografías y fotos de modelos tanto argentinas como extranjeras. Desde sites oficiales hasta los hechos por admiradores, con sólo utilizar un buscador se pueden encontrar miles.

FOTO: WWW.ALICIAGOMEZ.COM



FOTO: WWW.LASMODELOS.COM.AR

En teoría, la red permite navegar en forma privada y anónima. Si bien está demostrado que esto no siempre es así, al menos en Internet resulta sencillo obtener material que suele incomodar a los consumidores. En esto reside el éxito de la venta de pornografía por la web, y de hecho, este tipo de negocios es uno de los pocos que ha demostrado viabilidad económica.

Si bien no se las puede calificar de pornográficas, las páginas que albergan fotos de modelos aparecen en cada esquina de la world wide web. Alcanza con poner en cualquier buscador el nombre Valeria Mazza para que aparezcan cientos de sites con sus fotos, o al menos, algún comentario. Aunque la página oficial sea **www.valeria.com.ar** , hay muchas otras que tienen información y fotos sobre la blonda entrerriana que conquistó el mundo de las pasarelas. En **www.publispain.com/fanclub/valeriamazza** hay una variada colección de fotos y hasta screensavers (protectores de pantalla). Pero la mayor cantidad y calidad de información aparece en la web oficial. Si bien su diseño no está muy trabajado, la cantidad de notas y fotos hace que este site sea de paso obligado para los fanáticos de la modelo. Además de la historia completa de la vida de Valeria, hay producciones especiales y videos de la estrella de la moda.



FOTO: WWW.NATALIAFASSIMODEL.COM

Dentro de la categoría "súper modelos argentinas" están también Dolores Barreiro (**www.galeon.com/doloresbarreiro**) y Nicole Neumann (**http://come.to/nicoleneumann**). Estas páginas no tienen un diseño muy llamativo, ni una gran cantidad de información, pero traen fotos suficientes como para conformar a los seguidores de estas jóvenes muchachas. La página de Nicole hace referencia a su afición por los perritos abandonados. Por otra parte, quienes quieran tener más información sobre la conductora de El Rayo, pueden acercarse a la dirección del site oficial: **www.elrayo.com**

En la net también hay "portales" de modelos. Son aquellos sitios que contienen fotos de una gran variedad de trabajadoras de la moda y el espectáculo. **www.lasmodelos.com.ar** es una página de diseño casero, pero no por eso menos efectivo: desde su home page se puede acceder a galerías de fotos de casi 100 modelos y actrices de Argentina. Con un diseño más trabajado, pero con menos contenido, se presenta en la web **www.modelonet.com**. Además de las fotos de modelos y actrices nacionales y extranjeras, la página tiene un link a un canal de chat y una sección de fondos de pantalla.

Con otro espectro, **www.famosas-net.com** muestra fotos de más de 250 modelos, actrices y deportistas famosas de todo el mundo. Si bien la lista es algo extensa y puede dificultar la navegación, la página trae un pequeño buscador que facilita el trabajo. Con un espíritu similar al de Famosas, **www.absolutecelebrities.com** trae - además de las preciadas fotos- juegos, secciones interactivas, noticias de Hollywood y un motor para buscar fotos e información de actores, actrices, modelos, músicos y deportistas famosos.

En el mundo de la moda, la estética manda. Por eso, hay páginas que tienen el mayor de los cuidados en todo lo referente al diseño de la imagen y el sonido. Una de ellas, es www.larabernasconi.com. A diferencia de otras páginas, la música lejos de molestar se mimetiza con el mundo que rodea a las pasarelas. **www.nataliafassimodel.com** con un buen trabajo de animación es otra opción para los que buscan calidad antes que cantidad. **www.aliciagomez.com.ar** también cuenta con recursos visuales interesantes. Por la tecnología se destaca el site **www.solomodelos.com**.

Juan Pablo Urfeig

L A N Z A M I E N T O S

Secretarias

Se lanzó **www.secretariaonline.com**, dedicado a ofrecer soluciones como cartas y documentos comerciales, palabras clave en varios idiomas, códigos de area nacional e internacional, husos horarios, empleos y capacitación, ceremonial y protocolo, feriados nacionales e internacionales, correo internacional y códigos postales, entre otros, para optimizar el trabajo de las secretarias y ofrecer acceso rápido a información esencial de ese sector. La compañía fue formada en marzo y cuenta con un staff de ocho personas, encargadas de la totalidad del contenido del site.



Servicios hospitalarios

Construcción y decoración. Con una inversión de más de cinco millones de dólares se presentó **www.construirydecorar.com**, para facilitar la información de ambas industrias sobre cada producto o servicio solicitado, listas completas de distribuidores locales, fabricantes nacionales, profesionales y proveedores de servicios y oficios relacionados. Como servicio adicional, el buscador cuenta con un sistema inteligente de precios, que brinda la posibilidad de ver, para cada producto relacionado, el mejor precio de mercado y diseñar un presupuesto que facilite la toma de decisiones.

Comparación de productos

Comparación de productos. Se presentó en sociedad, **www.myalfred.com** es un sitio de comparación de productos y precios, y de ranking de comercios, tanto on como off line. Cuenta con una base de datos de más de 4 mil productos entre las cuatro categorías de la página (computación software, electrónicos y automotriz). En las categorías de computación y software tiene registrados 1300 productos. Además, la base de datos cuenta con la totalidad de las especificaciones técnicas e las imágenes de todos los productos. Por otra parte, el site tiene filiales en México y Brasil.

Taller mecánico

Ya está on line **www.aboxes.com**, shopping integral de accesorios, repuestos y servicios para el automóvil. Cuenta con un servicio por medio del cual si el usuario no halló lo que necesita, llena un formulario y recibe la información del repuesto o accesorio que estaba buscando. Además ha implementado el sistema Pick-up Cars, por el cual retiran el vehículo del domicilio del cliente, se repara o acondiciona en el taller elegido por el usuario y una vez terminado se regresa el auto a su origen. La página apunta a albergar a usuarios, empresas nacionales e internacionales.

AGENDA

Claves para e-commerce

Las etapas y requerimientos necesarios para montar una tienda virtual, además de las claves para llevar a la práctica un sitio de comercio electrónico exitoso, serán algunos de los temas que tratará Daniel Halle, Presidente de eConcept durante la charla "Desarrollo de un site de e-commerce", que ofrecerá el próximo 2 de noviembre dentro del marco del Intel e-Business FORUM que se llevará a cabo en el Sheraton Buenos Aires Hotel & Convention Center, San Martín 1255, Ciudad de Buenos Aires.

Durante la disertación, el ejecutivo se explayará acerca de la forma de conducir negocios a través de Internet y la seguridad que debe mantener la infraestructura para poder realizar transacciones online exitosas y lograr una total impermeabilidad frente a posibles hackeos. Halle, especialista Superior en Sistemas egresado del NCR Computer Science Institute, tiene una amplia experiencia en el desarrollo de nuevas tecnologías informáticas. En la actualidade es el presidente de eConcept, firma especializada en el desarrollo e implementación de estrategias de Internet y soluciones de comercio electrónico.

Gestión de mantenimiento

Datastream-Computec anunció los seminarios sobre Software de Gestión para Mantenimiento Industrial pautados para el mes de noviembre de 2000. Los seminarios son gratuitos y se realizarán en el Salón Auditorio de las oficinas de la empresa situadas en Humberto Primo 151 de la Ciudad de Buenos Aires.

Seminario: Software de gestión de mantenimiento industrial

Miércoles 8 de noviembre de 9:30 a 12 hs.

Miércoles 22 de noviembre de 9:30 a 12 hs.

Confirmar asistencia al 4300-8008 o por e -mail a: **ventas@dstm.com.ar**

>>> el rincón del principiante

Cómo elegir un motherboard

Para la elección de un Motherboard es importante saber que en la actualidad es conveniente partir con 64 MB de memoria RAM, ya que con una cantidad menor, hay un impacto importante en el funcionamiento del equipo.

Presupuestos Bajos

Hay un procesador de elección el AMD K6-2. A pesar de no contar con una performance estelar, es muy apto para las aplicaciones de oficina tales como el Word, Excel, navegar por Internet y para juegos con poco 3D. Para este CPU, la mejor opción es el Mother SOYO 5EHM, que por un precio de 100 pesos ofrece soporte de hasta 576 mb, agp, puertos USB opcionales y un formato AT. Sin embargo, si la elección es sólo para la oficina, puede optar por un mother PCCHIP, el M598, con formato AT, que viene con tarjeta de sonido (3D sound pro), tarjeta de video (SIS 630), MODEM de 56k (con soporte para v.90) y tarjeta de red incorporada (10/100 Mbits), por 125 pesos. A pesar de no ser tan confiable como el SOYO, es una excelente opción para los bolsillos flacos.

Presupuestos Medianos

En este segmento hay a dos procesadores: Intel Celeron, y AMD Duron. Los precios de estos procesadores son realmente muy baratos, con Celeron de 533 mhz y Duron de 600 mhz por 130 pesos ambos. Aquí podemos optar por 3 tipos de mother para el Intel Celeron: el Pcchips M578LMR, con formato ATX, con soporte de celeron de hasta 566 mhz, con UDMA 66, MODEM de 56k, Lan 10/100, sonido 3d Sound Pro, y video incorporado; todo por 135 pesos; o podemos optar por los mothers basados en los chipsets i810, la opcion "barata" de Intel, con video y sonido incorporado a unos 135 pesos (Soyo 7IWM), o podemos optar por elegir un mother Soyo 7VCA, Asus CUV4X, o Asus CUSL2, para poder actualizarnos en el futuro cambiando solamente el procesador. Para el AMD Duron, la mejor opcion es ir con el Soyo K7AIA ($189) o el FIC AZ11 ($179), que son excelentes mothers con un muy buen desempeño.

Presupuestos Altos

En el segmento en el cual todos queremos estar, tenemos a los procesadores mas poderosos de Intel y AMD: Pentium III y AMD Thunderbird. Si la plata no importa, le pondríamos un mother ASUS CUSL2 ($245), o elegir un mother Soyo 6BA+ IV ($185), o un ABIT KT7 ($230). Para el AMD Thunderbird, elegiríamos el Asus A7V ($235) o el SOYO K7AIA ($189). En esta configuración, pondríamos un mínimo de 128 megas de RAM.

EMPRESAS & NEGOCIOS

Citibank

Citibank presentó Citicommerce, una solución de e-commerce B2B que permite a las empresas realizar operaciones comerciales con sus clientes en forma rápida y segura, integrando las áreas administrativa, comercial y financiera. Además con Citicommerce, se presenta la última tecnología en certificados digitales, ya que los clientes de la entidad utilizarán la autoridad de certificación del banco para garantizar su identidad, la integridad y privacidad de toda la transacción. Según el banco esta solución reduce en un 30 por ciento el tiempo invertido por el personal de ventas en tareas operativas.

Lucent



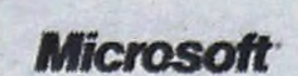
Lucent Technologies realizó la donación de 12 mil dólares a la Universidad de la Plata (UNLP) destinados a la compra de equipamiento para la Facultad de Ingeniería. El equipo elegido por la UNLP es un generador RF sintetizado que sirve para testear sistemas de comunicación y será utilizado principalmente para la actividad docente y para las áreas de Investigación y de Extensión Universitaria del Centro de Técnicas Analógico–Digitales (CeTaD).

Samsung

Samsung Electronics presentó su línea de monitores planos dynaflat (CDT) y de cristal líquido (LCD) con características que representan un avance tecnológico en el mercado local. La nueva línea SyncMaster de Samsung ofrece un tubo de panel frontal plano real y de los más avanzados que se conoce hasta el momento en el mundo. Respecto de los dynaflat, la principal característica es que elimina la distorsión artificial de las imágenes de los monitores convencionales, lo cual permite tener una calidad de imagen muy superior.

B R E V E S

Microsoft hackeado



Microsoft y autoridades estadounidenses están investigando una intrusión en las oficinas centrales de la compañía de Bill Gates realizada por un grupo de hackers que se cree han robado el proyecto de su software más valioso, incluyendo las últimas versiones de Windows y de Office. La irrupción fue descubierta el miércoles por empleados de seguridad luego de que detectaran unos códigos secretos que habían sido enviados a una cuenta de correo electrónico en San Petersburgo, Rusia. Microsoft interpretó los logaritmos que mostraban que esos códigos secretos internos habían sido utilizados para transferir el código fuente -el proyecto del software- fuera del recinto de Microsoft.

Se desconoce el motivo de la irrupción, pero los expertos del sector especularon que podría ser un caso de "secuestro de datos". Los hackers podrían amenazar con hacer pública la propiedad intelectual de la empresa y aunque no existe evidencia de que se hayan hecho cambios a los códigos, cualquier alteración no autorizada a los productos de Microsoft mermaría la confianza en algunas de las aplicaciones más utilizadas.

Silencio



La noticia de compra de El Sitio por el grupo Cisneros se llamó a silencio el viernes último. Portavoces del grupo dijeron que recién esta semana habría novedades, quienes no describieron las características del acuredos ni las causas del retraso de la operación, anunciada para el jueves último.

Por otra parte, El Sitio dijo que estaba en duscusiones sobre una posible transacción de combinación de negocios.

La semana pasada, a raíz de un rumor que citaba que Cisneros (grupo de origen venezolano que factura unos 3300 millones de dólares anuales) desembolsaría 500 millones de dólares, la acción rebotó en el Nasdaq y ganó un 32 por ciento.

En junio pasado El Sitio había reconocido que tuvo pérdidas por más de 40 millones, lo que había despertado dudas sobre su conitnuidad.

Sin embargo, las dudas ahora se centran en como encajaría El Sitio dentro de la compañía venezolana, dueña entre otras cosas de la mayoría del paquete accionario de AOL.